

**STUDI KOMPARATIF PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH (PT. BPR. Mertha Sedana dan PT.  
BPR. Mas Giri Wangi)**

**Kadek Ari Dwi Divayana<sup>1</sup>  
Gede Bayu Rahanatha<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali Indonesia  
email : kadekari.divayana@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Penelitian melibatkan 2 Bank Perkreditan Rakyat yang memiliki kesamaan pada permodalan namun berlokasi di tempat yang berbeda. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai teknik analisis data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel berupa pendidikan terakhir minimal SMA, merupakan nasabah pada BPR terkait, dan pernah melakukan transaksi pada BPR terkait. Jumlah responden yang terlibat pada masing – masing BPR adalah 65 orang sehingga total keseluruhan responden yang terlibat adalah 130 orang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah baik nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Hasil yang ditemukan adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada kedua BPR. Empati merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pada nasabah PT. BPR. Mertha Sedana, sedangkan keandalan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. BPR Mas Giri Wangi.

**Kata kunci:** bank perkreditan rakyat (BPR), kualitas pelayanan, kepuasan nasabah.

**ABSTRACT**

*This study aimed to compare the effect of service quality on customer satisfaction of PT. BPR. Mertha Sedana and PT. BPR. Mas Giri Wangi. The study involved 2 kinds of Bank which has similarities to the capital but both of them are located in different places. Multiple linear regression analysis was used as a data analysis technique. The sampling technique used in this research is purposive sampling. Purposive sampling is sampling with particular consideration to the criteria used in determining the final sample of at least high school education, customers of the relevant BPR and conduct a transaction on related BPR. The number of respondents involved in each - each BPR is 65 so that the total respondents involved is 130 people. Based on the results of hypothesis testing showed variable physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy effect on customer satisfaction variables both customers of PT. BPR. Mertha Sedana and PT. BPR. Mas Giri Wangi. Results are the quality of services consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy positive and significant impact on customer satisfaction in both of BPR. Empathy is the most dominant variable influence on customer satisfaction PT. BPR. Mertha Sedana, while reliability is the most dominant variable affecting customer satisfaction PT. BPR. Mas Giri Wangi.*

**Keywords:** bank perkreditan rakyat (BPR), service quality, customer satisfaction.

## **PENDAHULUAN**

Dewasa ini orang dapat bertahan hidup dengan keberadaan perekonomian, perekonomian bisa dipengaruhi oleh banyak faktor baik berasal dari faktor budaya, politik, sumber daya manusia, sumber daya alam, maupun lokasi. Semua faktor tersebut memiliki hubungan yang saling terkait. Maju atau mundurnya suatu daerah itu dapat ditentukan oleh majunya perekonomian di suatu daerah. Semakin jauh daerah tersebut dari kota, maka semakin rendah perekonomian masyarakat setempat. Hal itu dapat dipengaruhi oleh biaya transportasi yang lebih tinggi sehingga harga jual dari barang tersebut relatif lebih mahal dan relatif tidak bisa dijangkau oleh masyarakat setempat sehingga perekonomian mengalami penurunan.

Pada dasarnya untuk mengoptimalkan perekonomian di suatu daerah, pemerintah mengoptimalkan lembaga-lembaga keuangan seperti koperasi, lembaga perkreditan desa, bank perkreditan rakyat, dan perbankan. Di negara-negara seperti Indonesia, peranan bank cenderung penting dalam pembangunan karena bukan hanya sebagai sumber pembiayaan untuk kredit investasi kecil, menengah, dan besar tetapi juga mampu mempengaruhi siklus usaha dalam perekonomian secara keseluruhan (Setyari, 2007). Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang merupakan salah satu lembaga perbankan yang dikenal di Indonesia, diatur dalam ketentuan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan. Seperti yang telah direvisi pada UU No. 10 tahun 1998 menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit

dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank dapat dibagi dalam dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

BPR merupakan salah satu lembaga keuangan bank yang diharapkan mampu memberikan fasilitas baik berupa pinjaman maupun penyimpanan uang. BPR diharapkan mampu memberikan solusi bagi orang yang ingin membuka usaha khususnya usaha bertaraf menengah ke bawah. Karena dengan tingkat bunga yang sangat kompetitif, masyarakat diharapkan bisa mengoptimalkan keberadaan suatu bank perkreditan rakyat atau BPR. Dalam mengoptimalkan keberadaan suatu bank perkreditan rakyat atau BPR tentu hal ini akan membantu pengusaha baik dari segi permodalan usaha-usaha mereka, agar pengusaha dapat membuat, mengembangkan serta mempertahankan bisnis mereka. Oleh karena berkembangnya baik dari segi kuantitas maupun kualitas, mereka akan melibatkan banyak orang dalam mendirikan usaha-usaha mereka sehingga secara tidak langsung perekonomian masyarakat setempat meningkat.

Seiring berkembangnya jaman banyak pemodal mendirikan lembaga-lembaga keuangan salah satunya adalah BPR serta memiliki tujuan yang hampir sama, yakni untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Adapun data

statistik mengenai jumlah BPR konvensional berdasarkan badan hukum di Provinsi Bali periode November 2016 yang di publikasikan oleh Bank Indonesia adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
**Jumlah BPR Konvensional Berdasarkan Badan Hukum di Provinsi Bali**  
**Periode November 2016**

No	Provinsi	PT	PD	Jumlah BPR
1	Kab. Badung	52	0	52
2	Kab. Bangli	2	1	3
3	Kab. Buleleng	6	1	7
4	Kab. Gianyar	27	1	28
5	Kab. Jembrana	1	0	1
6	Kab. Karangasem	4	0	4
7	Kab. Klungkung	5	0	5
8	Kab. Tabanan	24	0	24
9	Kota Denpasar	13	0	13
10	Kab./ Kota lainnya	0	0	0
Total		134	3	137

*Sumber: www.bi.go.id, 2016*

Dari data yang telah dipublikasikan oleh BI, jumlah BPR yang terbilang banyak ini dan juga perkembangan yang semakin pesat maka BPR berlomba-lomba mencari perhatian di masyarakat dengan harapan masyarakat dapat menggunakan fasilitas-fasilitas yang tersedia di BPR. Masing-masing BPR memiliki strategi tersendiri untuk meraih perhatian masyarakat sekitar, misalkan dengan cara memberikan point, hadiah pengundian bagi nasabah dengan jumlah tabungan tertentu serta memberikan kemudahan-kemudahan di dalam melakukan transaksi. Fasilitas-fasilitas diatas seperti pembayaran listrik, air, asuransi, dan cicilan bisa melalui BPR sehingga masyarakat bisa menggunakan fasilitas-fasilitas BPR di sekitar tempat tinggal mereka. Fasilitas-fasilitas itu ternyata juga mampu meningkatkan penghasilan BPR. Dilain pihak BPR mengoptimalkan pelayanan-pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Salah satu BPR yang terletak di Kabupaten Badung adalah PT. BPR. Mertha Sedana. PT. BPR. Mertha Sedana berada di Jalan Denpasar-Tabanan, Mengwitani, Mengwi Badung. PT. BPR. Mertha Sedana juga menawarkan beberapa produk seperti tawaran tabungan, kredit, deposito dan juga pembayaran-pembayaran seperti tagihan listrik, telpun, air dan juga pembayaran asuransi.

Salah satu BPR yang berada di Kabupaten Gianyar adalah PT. BPR. Mas Giri Wangi yang berlokasi di Jalan Udayana Blahbatuh Gianyar. PT. BPR. Mas Giri Wangi juga menawarkan beberapa produk seperti tabungan, deposito, kredit dan juga pembayaran-pembayaran lainnya. PT. BPR. Mas Giri Wangi juga memiliki strategi-strategi untuk memenuhi dan juga memuaskan para nasabahnya.

Kedua BPR ini tentu memiliki sumber daya yang berbeda dan juga memiliki keunggulan kompetitif yang dapat membedakan kedua BPR tersebut dari pesaing-pesaingnya, tetapi didalam penelitian ini, kedua BPR ini memiliki beberapa kesamaan yang dapat diperhitungkan untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah diantaranya kedua BPR ini memiliki kesamaan yakni dari segi pengawasan (komisaris) yang sama, dimana komisaris ini merupakan seseorang atau sekelompok orang yang dipilih atau ditunjuk sebagai pengawas dimana tujuannya untuk mengawasi kegiatan-kegiatan yang ada di suatu perusahaan itu sendiri. Untuk kedua BPR ini baik dari segi komisaris memiliki kesamaan. Dilihat dari segi permodalan, kedua BPR ini juga hampir memiliki kesamaan sehingga cocok untuk dijadikan perbandingan anatara kedua BPR ini karena memiliki kelas yang sama dibandingkan dengan BPR lainnya. Keadaan kedua BPR ini juga

memiliki kondisi yang sama atau dapat dikatakan sehat karena tercermin dari data yang diperoleh dari kedua BPR yakni:

**Tabel 2.**  
**Kondisi Kesehatan PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi**

No.	Bank	Rasio (%)		Predikat
1.	PT. BPR Mertha Sedana	CAR	14,08	Sehat
		LDR	81,07	Sehat
		ROA	2,88	Sehat
2.	PT. BPR Mas Giri Wangi	CAR	22,72	Sehat
		LDR	81,25	Sehat
		ROA	4,01	Sehat

*Sumber : PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi, 2017*

Dari keterangan Surat Edaran Bank Indonesia No 6/23/DPNP Tahun 2004 menyatakan bahwa bank dikatakan sehat apabila CAR > 9%, sedangkan untuk LDR (*Loan to Deposit Ratio*) suatu bank dikatakan sehat apabila LDR > 75% dan untuk ROA (*Return On Asset*) suatu bank dikatakan sehat apabila ROA > 1,25%. Maka dapat disimpulkan untuk kondisi kedua BPR tersebut berada dalam predikat sehat dan dapat untuk dilakukan perbandingan.

Seiring dengan kondisi lingkungan bisnis yang bersaing ini tentu perusahaan dan lembaga keuangan lainnya dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap para nasabahnya. Persaingan yang semakin ketat ini membuat beberapa perusahaan seperti perbankan senantiasa harus meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa nyaman dan percaya yang nantinya mengakibatkan tidak mudahnya nasabah tersebut berpindah pada lembaga keuangan lainnya. Menurut Jaman (2009) menyatakan bahwa agar nasabah tidak mudah untuk berpindah, maka kualitas pelayanan yang diberikan harus lebih baik dan unggul dari pada dengan perusahaan lain atau perbankan lainnya. Dengan membangun dan memiliki hubungan yang baik dengan nasabah maka hal tersebut sangatlah penting untuk dilakukan dalam perbankan. Menurut Ariyani (2010), kualitas

pelayanan sangatlah penting dalam bisnis perbankan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan disisi teknologi informasi, pelayanan fisik, dan pelayanan non fisik dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Yonggoi (2004:125) menyatakan bahwa bagi suatu perusahaan khususnya perusahaan jasa, kualitas pelayanan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan seperti bank perkreditan rakyat (BPR) akan bergantung pada loyalitas dari para nasabahnya. Menurut Regan (2009) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang nantinya akan mengakibatkan pembelian kembali atau kesetian yang berlanjut. Pelanggan dalam artian ini adalah para nasabah khususnya pada perbankan. Kepuasan nasabah merupakan suatu ungkapan seseorang dalam memberikan nilai atau mengoptimalkan nilai yang dirasakan dan diharapkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa (Hadiati, 2004:300). Memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Bedi, 2010). Penilaian masyarakat terhadap lembaga keuangan seperti bank perkreditan rakyat dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat memaknai produk bank atau pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Parasuraman *et al.* (1998) menjelaskan bahwa produk jasa tidak dapat dinilai seperti produk barang karena sifat dari produk jasa itu sendiri adalah abstrak dan sulit untuk di pahami. Oleh karena itu kualitas pelayanan memiliki peran yang penting bagi produk jasa, karena kualitas pelayanan berperan penting untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

Dari keterangan dan informasi yang didapat dari kedua BPR maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan pada kedua BPR diatas. Kebaharuan dalam penelitian ini adalah penelitian ini belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang berfokus pada studi komparatif pada kualitas pelayanan di PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Penelitian sebelumnya juga kebanyakan berasal dari luar negri yang melakukan penelitian mengenai studi komparatif kualitas pelayanan pada bank nasional dan bank swasta.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR Mas Giri Wangi, dan variabel manakah dari kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi, dan untuk mengetahui variabel manakah dari kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi.

Penelitian ini mempunyai dua kegunaan yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kegunaan teoritis berupa penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris mengenai kualitas pelayanan bagi



pengembangan ilmu pemasaran khususnya di Indonesia, dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai kualitas pelayanan pada kedua BPR dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Kegunaan praktis berupa menjadi pedoman bagi manajemen bank baik dari PT BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat menunjang kinerja perusahaan dan meningkatkan laba perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh bank apakah pelayanannya memuaskan atau tidak memuaskan. Buruknya kualitas pelayanan pada bank akan memberikan dampak negatif pada kinerjanya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Waguespack *et al.* (2007) dan Tidichumremporn *et al.* (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh nasabah dan kepuasan dari nasabah. Perusahaan diharapkan mampu untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima sehingga akan berdampak pada kepuasan nasabah dan juga profitabilitas bank. Kualitas pelayanan telah dikonseptualisasikan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan mengenai pelayanan yang akan diterima dan persepsi jasa yang diterima (Parasuraman *et al.* dalam Akbar dan Parves, 2009). Kualitas pelayanan merupakan sebuah konsep multidimensi. Dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman *et al.* yang dikenal sebagai SERVQUAL (*Services Quality*) (Kotler dan Keller, 2007:56). SERVQUAL telah terbukti menjadi model yang telah

banyak digunakan dalam berbagai organisasi dan industri untuk mengukur kualitas pelayanan termasuk bank (Siddiqi, 2011 dan Lympelopoulos *et al.* 2006).

Dimensi pertama “*tangible*”, yang terkait dengan fasilitas fisik peralatan dan personil. Dimensi kedua “*reliability*”, berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan layanan prima yang diinginkan, akurat dan konsisten. Dimensi ketiga “*responsiveness*”, terkait dengan kesediaan untuk memberikan layanan dan bantuan pelanggan. Dimensi keempat “*assurance*”, berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan. Dimensi terakhir yakni “*empaty*”, yang dimaksud sebagai kepedulian dan memberikan perhatian individual kepada pelanggan.

Sebelumnya ada beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai studi komparatif pada kualitas pelayanan perbankan. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Haque (2011) penelitian untuk mengukur dan membandingkan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan perbankan ritel di India pada sektor bank swasta dan bank umum dimana hasil pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa kualitas pelayanan pada sektor bank umum harus tetap ditingkatkan. Sedangkan pada penelitian lain yang dilakukan oleh Nalim (2015) tujuan dari penelitiannya adalah penelitian ini mencoba mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih bank (syariah atau konvensional), mengetahui indeks layanan bank syariah dan konvensional, serta mengetahui perbedaan kualitas layanan antara bank syariah dan konvensional. Dari hasil penelitiannya adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling baik di bank syariah dan konvensional adalah dimensi tangible dengan skor berturut-turut sebesar 3,69 dan 3,65. Terdapat

perbedaan indeks kualitas pelayanan antara bank syariah dan bank konvensional di Kota Pekalongan.

Kepuasan konsumen (nasabah) merupakan suatu ungkapan seseorang dalam memberikan nilai, atau mengoptimalkan nilai yang dirasakan dan diharapkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa (Sunarto, 2006). Kepuasan dapat dirasakan oleh seseorang melalui perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kesan akan kinerja yang diterima atau didapatkan melalui sebuah pelayanan. Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2006:146) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting yang diharapkan oleh semua usaha agar mampu memberikan kepuasan terhadap para pelanggannya. Menurut Mohammad (2004) kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi atau suatu usaha dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan juga dapat memperluas pangsa pasar yang dimilikinya.

Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah salah satunya adalah kualitas pelayanan. Aypar *et al.* (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang mampu mempengaruhi secara positif kepuasan nasabah. Gunadi (2002) mengatakan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan dan daya tanggap karyawan berpengaruh signifikan dan mampu mempertahankan

kepuasan nasabah. Dalam penelitian Anggabrata (2014) juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Balidana Niaga Denpasar. Berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana.
- 2) Kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mas Giri Wangi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian komparatif asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan membandingkan variabel tersebut pada 2 BPR, yaitu PT. BPR Mertha Sedana dan PT. BPR Mas Giri Wangi. Penelitian ini dilakukan di dua lokasi yang berbeda, yaitu Kabupaten Badung dan Kabupaten Gianyar, hal ini terjadi karena PT. BPR Mertha Sedana yang berlokasi di kabupaten Badung sedangkan PT. BPR Mas Giri Wangi yang berlokasi di kabupaten Gianyar. Objek penelitian ini adalah kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Penelitian ini melibatkan 2 jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan berupa kualitas pelayanan (X), kualitas

pelanan ini memiliki 5 dimensi, diantaranya : Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y). Indikator yang digunakan untuk mengukur kedua variabel ini disajikan dalam Tabel 3 sebagai berikut,

**Tabel 3.**  
**Tabel Indikator Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Tangible</i>	1. Lokasi kantor 2. Fasilitas kantor yang modern 3. Penampilan karyawan 4. Kebersihan kantor 5. Eksterior kantor	Siddiqi (2011) Parasuraman <i>et al.</i> (1988), Siddiqi (2011) dan Choudhury (2008) Al- Rousan <i>et al.</i> (2010)
2.	<i>Reliability</i>	1. Memberikan layanan seperti yang dijanjikan 2. Ketepatan waktu pelayanan 3. Verifikasi permintaan 4. Ketulusan membantu	Siddiqi (2011) dan Choudhury (2008) Parasuraman <i>et al.</i> (1988) Choudhury (2008) Mishra <i>et al.</i> (2010)
3.	<i>Responsiveness</i>	1. Kesiediaan staf membantu 2. Pemberitahuan waktu pelayanan 3. Kecepatan pelayanan 4. Kesiapan melayani	Choudhury (2008) dan Parasuraman <i>et al.</i> (1988) Choudhury (2008)
4.	<i>Assurance</i>	1. Keyakinan terhadap kemampuan karyawan 2. Kesopanan karyawan terhadap nasabah 3. Rasa aman bertransaksi 4. Karyawan menanamkan kepercayaan pada nasabah	Parasuraman <i>et al.</i> (1988) dan Mishra <i>et al.</i> (2010) Parasuraman <i>et al.</i> (1988) Choudhury (2008)
5.	<i>Emphaty</i>	1. Menyapa nasabah dengan nama 2. Permintaan maaf kesalahan <i>service</i> 3. Memahami kebutuhan nasabahnya 4. Perhatian secara personal 5. Waktu operasional	Al-Rousan <i>et al.</i> (2010) Choudhury (2008), Mishra <i>et al.</i> , (2010) dan Parasuraman <i>et al.</i> (1988)
6.	<i>Costumer Satisfaction</i> (Kepuasan)	1. Kepuasan pelayanan 2. Kepuasan pada produk yang ditawarkan 3. Memberikan rekomendasi	Presbury <i>et al.</i> (2005) Melissa (2010) Kuestanto (2014)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data yang dikelompokkan menurut sifatnya, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa pendapat dari responden mengenai pernyataan yang tertera di dalam kuisioner dan sejarah singkat perusahaan. Data

kuantitatif dalam penelitian ini adalah data yang berupa angka-angka yang dapat dihitung seperti hasil jawaban dari skor kuesioner dan jumlah responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber primer dalam penelitian ini berasal dari responden yang memberikan tanggapan dalam kuesioner mengenai variabel - variabel dalam penelitian. Sumber sekunder dalam penelitian ini berasal dari institusi atau pihak lain yang telah mempublikasikan data yang dikutip terkait dengan topik penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah dari PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Jumlah sampel yang digunakan adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi (Ferdinand, 2002). Dalam penelitian ini menggunakan 25 indikator sehingga banyaknya responden yang diambil sebagai sampel adalah  $5 \times 25 = 125$  orang. Penelitian ini menggunakan 2 BPR maka jumlah sampel tersebut akan dibagi menjadi 2. Jumlah sampel yang akan diambil untuk masing-masing BPR adalah 65 orang. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, sehingga dalam menentukan sampel, diperlukan kriteria tertentu, adapun kriteria yang digunakan adalah pendidikan terakhir minimal SMA/SMK sederajat, Nasabah bank dan Pernah melakukan Transaksi pada BPR terkait.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan 3 metode, yaitu metode wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Pada metode kuesioner, responden diberikan pertanyaan seputar variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Penyebaran kuisoner dilakukan secara langsung oleh peneliti. Kuesioner

terdiri dari pertanyaan terbuka yaitu identitas diri responden dan pernyataan yang berkaitan dengan indikator – indikator penelitian. Pernyataan dalam kuisisioner akan diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan skala 1 sampai dengan 5 dengan keterangan seperti dalam Tabel 4 sebagai berikut,

**Tabel 4.**  
**Tabel Alternatif Jawaban Responden**

Simbol	Alternatif Jawaban	Skor
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber : Sugiyono, 2014*

Instrumen penelitian berupa kuesioner, diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Uji validitas bertujuan untuk memeriksa apakah kuesioner sebagai instrument penelitian sudah tepat untuk mengukur indikator dalam penelitian. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila koefisien korelasi  $\geq 0,3$  (Sugiyono, 2014). Uji Reliabilitas dapat digunakan untuk menunjukan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya. Instrumen dapat dikatakan valid jika *Alpha Cronbach*  $\geq 0,6$ . Teknik analisi yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk mengetahui ketergantungan suatu variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Sebelum menggunakan teknik analisis linier berganda, terlebih dahulu dilakukan Uji Asumsi Klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan Uji Normalitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengetahui gambaran umum responden yang terlibat, dapat diketahui dengan melihat karakteristik responden. Karakteristik responden

digolongkan kedalam variabel demografi yang terdiri dari jenis kelamin, umur, dan jenjang pendidikan terakhir. Adapun rincian mengenai karakteristik pada masing – masing nasabah kedua BPR yang terlibat disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut.

**Tabel 5.**  
**Karakteristik Responden**

No.	Variabel	Klasifikasi	PT. BPR Mertha Sedana		PT. BPR Mas Giri Wangi	
			Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki – laki	30	46,15	27	41,54
		Perempuan	35	53,85	38	58,46
		<b>Jumlah</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>
2.	Umur	17-25 tahun	10	15,38	10	15,38
		26 – 35 tahun	24	36,93	25	38,46
		36 – 45 tahun	16	24,61	18	27,70
		46 – 60 tahun	15	23,08	12	17,46
		<b>Jumlah</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>
3.	Pendidikan terakhir	SMA	34	52,30	38	58,47
		Perguruan tinggi	31	47,70	27	41,54
		<b>Jumlah</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

*Sumber* : Data diolah, 2017

Data pada Tabel 5. diketahui responden dari nasabah PT. BPR Mertha Sedana didominasi oleh 53,85% perempuan. Dari sisi umur, sebesar 36,93% didominasi oleh responden dengan pada kisaran umur 26 – 35 tahun. Sebesar 47,7% responden didominasi dengan jenjang pendidikan minimal perguruan tinggi. Nasabat PT. BPR Giri Wangi yang menjadi responden didominasi sebesar 58,46% oleh perempuan. Sebesar 38,46% responden didominasi oleh rentang usia 26 – 35 tahun, dan sebesar 41,45% responden berjenjang pendidikan minimal perguruan tinggi.

Suatu instrumen dalam penelitian dikatakan *valid* apabila lolos uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas dan reliabilitas pada masing – masing variabel dapat dilihat pada Tabel 6. sebagai berikut :



**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

No.	Variabel	Indikator	Uji Validitas	Uji Reliabilitas	Ket
			Koef. Korelasi	<i>Alpha Cronbach</i>	
1.	Bukti Fisik (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,863	0,883	Valid
		X1.2	0,801		
		X1.3	0,827		
		X1.4	0,826		
		X1.5	0,824		
2.	Kendalan (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,936	0,914	Valid
		X2.2	0,912		
		X2.3	0,862		
		X2.4	0,863		
3.	Daya Tanggap (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,891	0,914	Valid
		X3.2	0,882		
		X3.3	0,905		
		X3.4	0,888		
4.	Jaminan (X <sub>4</sub> )	X4.1	0,911	0,926	Valid
		X4.2	0,933		
		X4.3	0,917		
		X4.4	0,861		
5.	Empaty (X <sub>5</sub> )	X5.1	0,841	0,928	Valid
		X5.2	0,882		
		X5.3	0,914		
		X5.4	0,904		
		X5.5	0,868		
6.	Kepuasan Nasabah (Y)	Y1.1	0,929	0,914	Valid
		Y1.2	0,915		
		Y1.3	0,929		

*Sumber:* Data diolah, 2017

Data pada Tabel 6. menunjukkan bahwa masing-masing indikator variabel merupakan indikator yang valid dan reliable untuk digunakan. Rata – rata skor jawaban responden pada kuesioner dikelompokkan kedalam 5 kelas interval rentang penilaian seperti pada Tabel 7. sebagai berikut

**Tabel 7.**  
**Rentang Penilaian Jawaban Responden**

No.	Rentang Skor	Keterangan
1.	1,00 – 1,80	Sangat tidak baik
2.	1,81 – 2,60	Tidak baik
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik
4.	3,41 – 4,20	Baik
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik

*Sumber :* Suharsono, 2010

Deskripsi jawaban responden mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah PT. BPR Mertha Sedana disajikan dalam Tabel 8. sebagai berikut.

**Tabel 8.**  
**Deskripsi Jawaban Responden PT. BPR Mertha Sedana**

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					Jum. Skor	Rata -Rata
		1	2	3	4	5		
Bukti fisik	Lokasi kantor	0	1	14	26	24	268	4,12
	Fasilitas kantor Modern	0	1	22	28	14	250	3,85
	Penampilan karyawan	0	1	18	29	17	257	3,95
	Ruang tunggu	0	2	20	23	20	256	3,94
	Tempat parkir memadai	0	2	18	22	23	261	4,02
	<b>Rata – rata total</b>							<b>3,98</b>
Keandalan	Memberikan Layanan yang baik	0	0	11	24	30	279	4,29
	Memberikan layanan yang cepat	0	1	11	29	24	271	4,17
	Memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan	0	0	17	27	21	264	4,06
	Memberikan solusi yang tepat	0	1	22	27	15	251	3,86
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,10</b>
Daya tanggap	Merespon keluhan dengan baik	0	0	20	26	19	259	3,98
	Pemberitahuan waktu pelayanan	0	0	19	26	20	261	4,02
	Cepat tanggap dalam menangani masalah	0	0	14	29	22	268	4,12
	Dapat menyelesaikan permasalahan	0	0	27	22	16	249	3,83
	<b>Rata – rata total</b>							<b>3,99</b>
Jaminan	Karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam melayani nasabah	0	1	19	26	19	258	3,97
	Kesopanan karyawan terhadap nasabah	0	0	19	25	21	262	4,03
	Rasa aman bertransaksi	0	0	21	16	28	267	4,11
	Karyawan menamakan kepercayaan kepada nasabah	0	1	24	20	10	254	3,91
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,00</b>
Empati	Menyapa nasabah dengan identitas yang benar	0	0	16	27	22	266	4,09
	Permintaan maaf ketika kesalahan <i>service</i>	0	1	19	22	23	262	4,03
	Mengutamakan kepentingan nasabah	0	0	19	22	24	265	4,08
	Perhatian secara personal	0	0	19	25	21	262	4,03
	Waktu operasional	0	1	18	25	21	261	4,02
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,05</b>
Kepuasan Nasabah	Kepuasan pelayanan	0	0	22	17	26	264	4,06
	Kepuasan kepada produk keuangan yang ditawarkan	0	2	19	18	26	263	4,05
	Nasabah merekomendasikan pada orang lain	0	1	22	17	25	261	4,02
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,04</b>

*Sumber : Data diolah, 2017*

Berdasarkan data pada Tabel 8, diketahui total rata-rata skor untuk variabel Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan nasabah masuk dalam kategori baik. Secara umum, nasabah PT. BPR Mertha Sedana, menilai pelayanan yang diberikan baik, sehingga kepuasan yang tercipta juga baik.

**Tabel 9.**  
**Deskripsi Jawaban Responden PT. BPR Mas Giri Wangi**

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					Jum. Skor	Rata -Rata
		1	2	3	4	5		
Bukti fisik	Lokasi kantor	0	0	15	24	26	271	4,17
	Fasilitas kantor Modern	0	0	24	27	14	250	3,85
	Penampilan karyawan	0	0	19	24	22	263	4,05
	Ruang tunggu	0	0	18	23	24	266	4,09
	Tempat parkir memadai	0	1	16	23	25	267	4,11
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,05</b>
Keandalan	Memberikan Layanan yang baik	0	0	9	32	24	275	4,23
	Memberikan layanan yang cepat	0	0	13	30	22	269	4,14
	Memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan	0	0	14	27	24	270	4,15
	Memberikan solusi yang tepat	0	0	27	25	23	266	4,09
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,15</b>
Daya tanggap	Merespon keluhan dengan baik	0	0	18	24	23	265	4,08
	Pemberitahuan waktu pelayanan	0	0	17	25	23	266	4,09
	Cepat tanggap dalam menangani permasalahan	0	0	17	26	22	265	4,08
	Selalu dapat menyelesaikan permasalahan	0	0	21	25	19	258	3,97
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,05</b>
Jaminan	Karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam melayani nasabah	0	0	8	33	24	276	4,25
	Kesopanan karyawan terhadap nasabah	0	0	17	28	20	263	4,05
	Rasa aman bertransaksi	0	0	15	26	24	269	4,14
	Karyawan menamakan kepercayaan kepada nasabah	0	1	18	27	19	259	3,98
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,10</b>
Empati	Menyapa nasabah dengan identitas yang benar	0	0	9	25	31	282	4,34
	Permintaan maaf ketika kesalahan <i>service</i>	0	0	20	20	25	265	4,08
	Mengutamakan kepentingan nasabah	0	0	16	20	29	273	4,20
	Perhatian secara personal	0	0	17	22	26	269	4,14
	Waktu operasional	0	0	16	24	25	269	4,14
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,18</b>
Kepuasan Nasabah	Kepuasan pelayanan	0	0	24	13	28	264	4,06
	Kepuasan kepada produk keuangan yang ditawarkan	0	1	22	18	24	260	4,00
	Nasabah merekomendasikan pada orang lain	0	0	25	11	29	264	4,06
	<b>Rata – rata total</b>							<b>4,04</b>

*Sumber:* data diolah, 2017

Variabel Bukti fisik memiliki skor 4,05 yang masuk dalam kategori baik terhadap item pertanyaan pada variabel Bukti fisik. Indikator pertama merupakan indikator yang mempunyai nilai skor rata-rata tertinggi yakni lokasi kantor. Variabel keandalan memiliki skor rata - rata 4,15 yang berada pada kategori

baik.berarti bahwa secara keseluruhan responden memberikan respon baik terhadap item pertanyaan pada variabel Keandalan. Variabel daya tanggap memiliki skor rata – rata 4,05 yang masuk dalam kategori baik. Pada variabel jaminan, skor rata – ratanya adalah 4,10 yang masuk dalam kategori baik. Variabel empati memiliki skor rata – rata jawaban 4,18 masuk dalam kategori baik. Variabel Kepuasan nasabah memiliki skor rata – rata jawaban 4,04 yang masuk dalam kategori baik.Secara umum, nasabah PT. BPR Mas Giri Wangi, menilai pelayanan yang diberikan bank baik, sehingga kepuasan yang tercipta juga baik.

Hasil analisis regresi linier berganda pada PT. BPR Mertha Sedana yang diperoleh dari hasil pengolahan data melalui program SPSS disajikan pada Tabel 10 sebagai berikut,

**Tabel 10.**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda PT. BPR. Mertha Sedana**

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig
	B	Std. error		
(constant)	-2,457	0,601	-4,087	0,000
Bukti Fisik	0,102	0,050	2,031	0,047
Keandalan	0,164	0,080	2,061	0,044
Daya Tanggap	0,194	0,077	2,518	0,015
Jaminan	0,198	0,074	2,674	0,010
Empati	0,177	0,070	2,544	0,014
Dependen Variabel : <i>Customer Satisfaction</i>				
F Statistik	: 125,486			
Sig F	: 0,000			
R square	: 0,914			
Adjusted R <sup>2</sup>	: 0,907			

*Sumber* :Data diolah, 2017

Dari data pada Tabel 10, maka persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,457 + 0,102 X_1 + 0,164 X_2 + 0,194 X_3 + 0,198 X_4 + 0,177 X_5 \dots\dots\dots(1)$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi diatas menunjukkan adanya pengaruh positif (searah) dimana peningkatan pada kualitas pelayanan akan berdampak pada meningkatnya kepuasan nasabah di PT. BPR. Mertha Sedana.

Hasil analisis regresi linier berganda pada PT. BPR Mas Giri Wangi disajikan pada Tabel 11 sebagai berikut,

**Tabel 11.**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda PT. BPR. Mas Giri Wangi**

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig
	B	Std. error		
(constant)	-4,009	0,999	-4,012	0,000
Bukti Fisik	0,159	0,073	2,161	0,035
Keandalan	0,230	0,101	2,287	0,026
Daya Tanggap	0,191	0,091	2,108	0,039
Jaminan	0,169	0,079	2,128	0,038
Empati	0,154	0,070	2,197	0,032
Dependen Variabel : <i>Customer Satisfaction</i>				
F Statistik	: 54,928			
Sig F	: 0,000			
R square	: 0,823			
Adjusted R <sup>2</sup>	: 0,808			

Sumber: Data diolah, 2017

Dari data pada Tabel 11, maka persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -4,009 + 0,159 X_1 + 0,230 X_2 + 0,191 X_3 + 0,169 X_4 + 0,154 X_5 \dots\dots\dots(2)$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi diatas menunjukkan adanya pengaruh positif (searah) dimana peningkatan pada kualitas pelayanan akan berdampak pada meningkatnya kepuasan nasabah di PT. BPR. Mas Giri Wangi.

Hasil uji multikolinearitas PT. BPR Mertha Sedana dan PT. BPR Mas Giri Wangi disajikan pada Table 12 sebagai berikut.

**Tabel 12.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel Bebas	PT. BPR Mertha Sedana		PT. BPR Mas Giri Wangi	
	Colinearity Statistic			
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
Bukti Fisik	0,293	3,416	0,337	2,971
Keandalan	0,184	5,447	0,297	3,372
Daya Tanggap	0,199	5,017	0,317	3,151
Jaminan	0,183	5,447	0,430	2,325
Empati	0,149	6,721	0,314	3,188

Sumber :Data diolah, 2017

Data pada table 12 diketahui nilai *tolerance* untuk masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan untuk nilai VIF kurang dari 10. Model yang digunakan tidak mengandung gejala multikolinearitas.

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

No	Variabel Bebas	PT. BPR Mertha Sedana	PT. BPR Mas Giri Wangi
		Sig. t	Sig. t.
1.	Bukti Fisik	0,880	0,214
2.	Keandalan	0,500	0,056
3.	Daya Tanggap	1,000	0,105
4.	Jaminan	0,258	0,608
5.	Empati	0,695	0,951

Sumber :Data diolah, 2017

Hasil uji heteroskedastisitas PT. BPR Mertha Sedana dan PT. BPR Giri Wangi disajikan pada Table 13. menunjukkan tingkat signifikansi setiap variabel bebas diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

**Tabel 14.**  
**Hasil Uji Normalitas**

			PT. BPR Mertha Sedana	PT. BPR Mas Giri Wangi
			Unstand. ed Residual	Unstand. ed Residual
N			65	65
Normal Parameters a.b	Mean		0,0000000	0,0159602
	Std. Deviation		0,71720845	1,05337115
Most Extreme Differences	Absolute		0,114	0,069
	Positive		0,088	0,046
	Negative		-0,114	-0,069
Kolmogorov-Smirnov Z			0,918	0,555
Asymp. Sig. (2-tailed)			0,369	0,917

Sumber : Data diolah, 2017

Data pada Tabel 14. diketahui nilai *Asymp.sig* sebesar  $0,369 > \alpha = 0,05$  pada PT. BPR. Mertha Sedana. Sedangkan pada PT. BPR. Mas Giri Wangi menunjukkan bahwa nilai *Asymp.sig* sebesar  $0,917 > \alpha = 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua data hasil uji normalitas pada PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi berdistribusi dengan normal.

Data pada table 10, menunjukkan hasil Uji T pada pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Mertha Sedana. Dari data pada table 10, diketahui nilai sig t semua variable bebas lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana. Sehingga,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Data pada table 11, menunjukkan hasil Uji T pada pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Mas Giri Wangi. Dari data pada table 10, diketahui nilai sig t semua variable bebas lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana. Sehingga,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Berdasarkan hasil analisis *Standardized Coefficients Beta* yang dapat dilihat dari hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS *version* 15.0, dapat diketahui bahwa variabel empati merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR. Mertha Sedana. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *standardized coefficient beta* dengan nilai variabel empati yaitu

sebesar 0,252. Hal ini berarti, nasabah PT. BPR. Mertha Sedana lebih tergantung pada empati terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana.

Berdasarkan hasil analisis *Standardized Coefficients Beta* yang dapat dilihat dari hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS *version* 15.0, dapat diketahui bahwa variabel keandalan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR. Mas Giri Wangi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *standardized coefficient beta* dengan nilai variabel keandalan yaitu sebesar 0,230. Hal ini berarti, nasabah PT. BPR. Mas Giri Wangi lebih tergantung pada keandalan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mas Giri Wangi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah baik nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Pada penelitian yang dilakukan di PT. BPR. Mertha Sedana menemukan bahwa analisis variabel bebas dari kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mertha Sedana adalah variabel empati,. Sedangkan pada penelitian di PT. BPR. Mas Giri Wangi menemukan bahwa analisis variabel bebas dari kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mas Giri Wangi adalah variabel keandalan.



## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian terkait dengan hasil analisis pada bab sebelumnya maka simpulan yang diperoleh sebagai berikut: Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah baik pada nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi.

Variabel dominan pada kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR. Mertha Sedana adalah empati, sedangkan variabel dominan pada kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR. Mas Giri Wangi adalah variabel keandalan.

Berdasarkan simpulan diatas, adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut: Kepada komisaris, PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi memiliki keunggulan yang berbeda didalam pemenuhan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan. Untuk PT. BPR. Mertha Sedana seharusnya lebih meningkatkan variabel bukti fisik karena memiliki nilai yang paling kecil diantara variabel lainnya. Sedangkan pada PT. BPR. Mas Giri Wangi seharusnya mampu meningkatkan variabel daya tanggap karena memiliki nilai paling kecil diantara semua variabel.

Manajemen PT. BPR. Mertha Sedana dan manajemen PT. BPR. Mas Giri Wangi harus lebih mengetahui secara spesifik kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap,

jaminan dan empati) akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah sehingga nasabah akan melakukan kunjungan kembali dan loyal terhadap perusahaan.

Manajemen PT. BPR. Mertha Sedana dan manajemen PT. BPR. Mas Giri Wangi juga harus memperhatikan karyawannya, agar karyawan memiliki kemampuan yang lebih baik didalam melayani nasabah kedua BPR. Manajemen PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi juga harus melakukan pendidikan dan pelatihan dalam upaya peningkatan kemampuan yang dimiliki setiap karyawannya, agar karyawan mampu melayani nasabahnya lebih baik lagi.

## REFERENSI

- Akbar, M.M., and Parvez, N. 2009. Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *ABAC Journal*, 29 (1), pp. 24-38.
- Al-Rousan, Ramzi, M., and Mohamed, B. 2010. Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan International, *Journal of Business and Economic Sciences*, (5), pp. 202-208.
- Anggabrata, Dewa Made Wisnu. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Balidana Niaga Denpasar. *Skripsi Fakultas Ekonomi Udayana*.
- Anselmsson, Johan ,*et al.* 2014. A Comparison Of Customer Perceived Service Quality In Discount Versus Traditional Grocery Stores. An examination of service quality measurement scales in a Swedish context. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 6(4). pp.369-386.
- Apriani Munica. 2011. Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan. (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang) *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponogoro Semarang* 2011
- Aryani, D , dan Febriana Rosita. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17(2).h. 114-126.

- Ashfaq Ahmad, Iqbal Saif and Nadeem Safwan. 2010. An empirical investigation of Islamic banking in Pakistan based on perception of service quality. *African Journal of Business Management*, 4(6), pp. 1185-1193.
- Aypar Uslu dan Beril Sipahi, 2010. Menilai Kualitas Jasa Internet Banking : E-Route atas kesetiaan. *Journal University Marmara*, Turki.
- Banerjee, N Dr, and Santosh Sah. 2012. A Comparative Study of Customer's Perceptions of Service Quality Dimensions between Public and Private Banks in India. *International Journal of Business Administration* .3(5). pp.33-44.
- Bedi, M. 2010. An Integrated Framework for Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Responses in Indian Banking Industry- a Comparison of Public and Private, *Journal of Services Research*,10(1), pp. 157-172.
- Berry, L. L.; Zeithaml, V. A. &Parasuraman, A. 1985. Quality Counts in Services, Tools. *Business Horizon*, pp 44-52.
- Berry, L. L.; Parasuraman, A. and Zeithaml, V. A. 1988. The Service Quality Puzzle. *Business Horizon*, pp 35-43.
- Choudhury, K. 2008. Service Quality: Insights from The Indian Banking Scenario, *Australasian Marketing Journal*, 16(1), pp. 48-61.
- Fatih, HZ, *et al.* 2010. Service Quality And Determinants Of Customer Satisfaction In Hospitals Turkish Experience. *International Business & Economics Research Journal*. 9(5). pp. 51-58.
- Ferdinand. 2002. *Strctural equation modeling (SEM)dalam Penelitian Manajemen*. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gerrard, Philip, Cunningham, Bart, 2001. Bank service quality: A comparison between a publicly quoted bank and government bank in Singapore. *Journal of Financial Services Marketing*
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural Berbasis Komponen*, Cetakan Pertama. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : BP UNDIP.
- Gunadi Agus, 2002. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Pedungan Denpasar. *Skripsi* Fakultas Ekonomi Udayana.

- Hadiati Sri, 2003. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Widyana Malang. *Jurnal Universitas Gajayana Malang*.
- Haque Imamul. 2011. Service Quality in Retail Banking- A Comparative Study between Public Sector Banks & Private Sector Banks. *International Journal of Management and Innovation* Volume 3 Issue 2.
- Irmawati Grace Sally, IGA. 2012. Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT. CIMB NIAGA Cabang Denpasar (Studi Komparasi Sebelum dan Setelah Merger). *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol.1, No.2. Hal.140-158.
- Isibor, Felix O, and Onowe Edith Odia. 2014. Comparative Study of Service Quality in Nigerian Restaurant and Transport Business Organisations. *International Journal of Business and Management*. 9.(4). pp.153-159.
- Jaman Adi Putra, I Wayan. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Kerelasiaan Nasabah, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2, hal. 151-160.
- Koestanto Hari Tri. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(10).hal 1-10
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kusuma, Gst Ayu Putu Ratih Dewi, 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. BPR Hoki di Kabupaten Tabanan.
- Lymperopoulos, C., Chaniotakis, I.E., and Soureli, M. 2006. The Importance of Service Quality in Bank Selection for Mortgage Loans, *Managing Service Quality*, 16(4), pp. 365-379.
- Madhukant Dr. and K. Pate, 2011. Service Quality and Bank Performance: A Comparative Analysis Of Public and Private Banks In The State Of Gujarat. *Summer Internship Society*, 2(2), pp.1-22
- Malik, Garima. Dr. 2012. A Comparative Study on the Service Quality and Customer Satisfaction among Private and Public Banks in India. *Pacific Busines Review International*. 4(3). pp. 51-64.
- Melissa. 2010. Pengaruh Retail Service dan Store Image terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Pepito Supermarket Kuta-Bali, *Tesis*, Program Studi Magister Manajemen Universitas Udayana, Denpasar.
- Metayunika Vidya. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Dealer Mitsubishi PT Bumen Redja Abadi

Semarang) Skripsi Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

- Mishra, U.S., Saho, K.K., Mishra, S., and Patra, S.K. 2010. Services Quality Assessment in Banking Industry of India : A Comparative Study Between Public and Private Sectors, *European Journal of Social Sciences*, 16(4), pp. 653-669.
- Nalim, 2015. Analisis Komparatif dan Eksploratif Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Pekalongan. *Jurnal Hukum Islam*, 13(2), hal.1-20
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. 1985. "A Conceptual-Model of Service Quality and Its Implications for Future-Research". *Journal of Marketing*, 49(4), pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1988. "Servqual - a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-40.
- Patel K., Dr. Madhukant. 2011. Service Quality and Bank Performance : A Comparative Analysis Of Public and Private Banks In the State Of Gujarat. *International Journal of Management Prudence*, 3(2), pp. 1-28
- Pawitan, G., dan Maria, W. 2011. Perbandingan kualitas layanan berdasarkan kategori restoran : Studi Kasus di Badung Bali. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1) hal.20-33.
- Presbury, Rayka, Anneke Fitzgerald and Ross Chapman. 2005. Impediments To Improvements In Service Quality In Luxury Hotels, *Managing Service Quality*, 15(4) pp. 357-373.
- Regan Lam dan Hing Po Lo, 2009. Investigasi The Driver Dari Kepuasan Perbankan UKM Di Hong Kong. *Journal City University of Hong Kong*
- Roslina, YN, dan Ester Manik. 2015. Analisis Komparatif Pelayanan Akademik pada Fakultas Ekonomi dan Fakultas ISIP Universitas Jendral Ahmad Yani. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneurship*. 9(2), hal 116-135.
- Setyari, Ni Putu Wiwin. 2007. Posisi Fungsi Intermediasi Bank Umum dan BPR di Bali: Sebuah Kajian Komparatif, *Buletin Studi Ekonomi*, 12(2), hal. 122-133.
- Siddiqi, K.O. 2011. Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh, *International Journal of Business and Management*, 6(3), pp. 12 – 36.

- Singh, Surabhi, and Renu Arora. 2011. A Comparative Study of Banking Services and Customer Satisfaction in Public, Private and Foreign Banks. *Economics Jurnal*. 2(1) pp. 45-56.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Suharso dan Sulistyawati Arie. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud – Gianyar. Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Sumani. 2008. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar IM3 : Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen di Mojokerto. *Jurnal Eksekutif*, 5(1), h 26-37.
- Sunarto, 2006. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing (studi pada tabungan Britama BRI Kanca Kendal). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Taap Amat Manshor and Siong Choy Chong. 2011. Measuring Service Quality of Conventional and Islamic Banks A Comparative Analysis. *International Journal of Quality Science*
- Tanushree Gaura Nautiyal. 2016. A Comparative Study Of Customer Satisfaction in Public and Private Sector Bank Using SERVQUAL Model. *Journal of Management & IT-Sanchayan*, 5(1).pp: 1-18
- Tjiptono, 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan
- Wirawan Nata, 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia)*. Untuk Ekonomi dan Bisnis. Edisi 2. Denpasar : Keraras Emas.
- Yapa S.T.W.S. and K.M. Hasara,. (2013) Bank Service Quality In Sri Lanka : A Comparative Study Between Public and Private Sectors. Proceedings of 3<sup>rd</sup> Asia-Pacific Business Research Conference 25 - 26 February 2013, Kuala Lumpur, Malaysia,
- Yarimoglu, EK . 2014. A Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management*. 2(2) pp. 80-92.
- Yonggui W, Lo Hing-Po, Yang Yongheng. 2004. An Integrated Framework For Service Quality, Customer Value, Satisfaction. Evidence From China's Telecommunication Industry. *Journal Service Quality*. Kluwer Academic Publisher. Nedherlands.